

Analisis Pengendalian Kualitas Pelayanan Jasa dengan Menggunakan *Metode Quality Function Deployment (QFD)* untuk Mengoptimalkan Kualitas Pelayanan

Muhammad Alfarizi, Tasya Aspiranti, Cici Cintyawati

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

malfarizidn@gmail.com, ad_tasya@yahoo.com, cici.cintyawati94@gmail.com

Abstract—This study aims to determine and analyze the quality control of car wash in New Kartika Bandung by using the Quality Function Deployment (QFD) method. The type of research is descriptive quantitative, namely research data using calculations based on the distribution of questionnaires (questionnaire) by presenting it in tabular form which is described with tables to conclude from the statements so that they can be understood clearly. And the research method is the case study method, namely the research conducted focused on a particular case to be observed and analyzed. This study's data collection techniques were observation, interviews, and documentation to obtain data from New Kartika. The results of this study indicate that after using the House of Quality in the Quality Function Deployment (QFD) method, the main priority based on the results of target prioritization, which New Kartika should pay attention to is the equipment used for washing to provide the best washing quality.

Keywords—Quality Function Deployment (QFD), House of Quality, Service.

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengendalian kualitas Pelayanan jasa cuci mobil di New Kartika Bandung dengan menggunakan metode Quality Function Deployment (QFD). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian data dengan menggunakan perhitungan berdasarkan penyebaran kuesioner (angket) dengan menyajikan dalam bentuk tabulasi yang diuraikan dengan tabel-tabel sehingga dapat ditarik kesimpulan dari pernyataan sehingga dapat dipahami dengan jelas. Dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, yaitu penelitian yang terfokus pada suatu kasus tertentu untuk diamati dan dianalisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan data-data dari New Kartika. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa setelah menggunakan House of Quality dalam metode Quality Function Deployment (QFD), prioritas utama berdasarkan hasil penentuan prioritas target, yang harus menjadi perhatian New Kartika adalah peralatan yang digunakan untuk mencuci guna memberikan kualitas cuci terbaik.

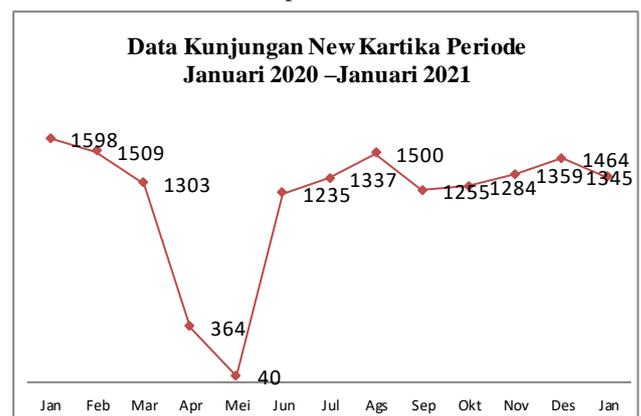
Kata Kunci—Quality Function Deployment (QFD), House

of Quality, Jasa.

I. PENDAHULUAN

New Kartika merupakan bisnis perawatan kendaraan mobil penumpang yang menawarkan jasa cuci mobil, ganti oli dan salon mobil yang sudah beroperasi sejak tahun 2005 yang berlokasi di Jl. Terusan. Prof. DR. Sutami No.18, Sarijadi, Kec. Sukasari, Kota Bandung. New Kartika buka setiap hari dengan jam operasional mulai dari jam 07.00 sampai dengan jam 17.00. Saat ini New Kartika memiliki 13 orang karyawan. Dalam kegiatan operasionalnya New Kartika memberikan beberapa penawaran seperti:

1. Car wash berdasarkan ukuran mobil dengan tarif mulai Rp. 40.000-Rp. 55.000 berdasarkan ukuran mobil.
2. Car wash berdasarkan tanggal lahir, New Kartika memberikan cuci mobil gratis kepada konsumen yang sedang ulang tahun.
3. Car wash Full Stamp, New Kartika memberikan cuci mobil gratis kepada pelanggan setianya yang memiliki full stamp.



Gambar 1. Data Kunjungan New Kartika Periode Januari 2020 - Januari 2021

Sumber: Perusahaan, data dioalah 2021

Dari grafik terlihat bahwa adanya trend penurunan kunjungan pada bulan januari sampai dengan bulan Mei, setelah itu kunjungan sempat mengalami kenaikan, akan tetapi kunjungan kemudian mengalami penurunan kembali dibulan September dan Januari. Berdasarkan fenomena yang terjadi QFD merupakan metode yang tepat bagi meningkatkan kualitas pelayanan memenuhi keinginan konsumen.

Dari latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut

1. Bagaimana prioritas pelayanan jasa New Kartika yang di inginkan konsumen?
2. Bagaimana teknik pelayanan yang dilakukan New Kartika untuk memenuhi keinginan konsumen?
3. Bagaimana korelasi antara prioritas pelayanan dengan teknik pelayanan yang dilakukan New Kartika untuk memenuhi keinginan konsumen?
4. Bagaimana hubungan antara berbagai teknik pelayanan yang dilakukan oleh New Kartika untuk memenuhi keinginan konsumen?
5. Bagaiman prioritas teknik pelayanan yang seharusnya dilakukan New Kartika dalam memenuhi keinginan konsumen?
6. Bagaimana perbandingan kualitas pelayanan jasa New Kartika dengan pesaing berdasarkan prioritas keinginan konsumen?

Selanjutnya, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Prioritas pelayanan jasa yang diinginkan kosumen.
2. Teknik pelayanan yang dilakukan New Kartika dalam memenuhi keinginan konsumen.
3. Hubungan antara prioritas keinginan konsumen dengan teknik pelayanan konsumen.
4. Hubungan antara berbagai teknik pelayanan yang dilakukan oleh New Kartika untuk memenuhi keinginan konsumen.
5. Prioritas teknik pelayanan yang seharusnya dilakukan oleh New kartika untuk memenuhi keinginan konsumen.
6. Perbandingan kualitas pelayanan jasa New Kartika dengan pesaing berdasarkan prioritas keinginan konsumen.

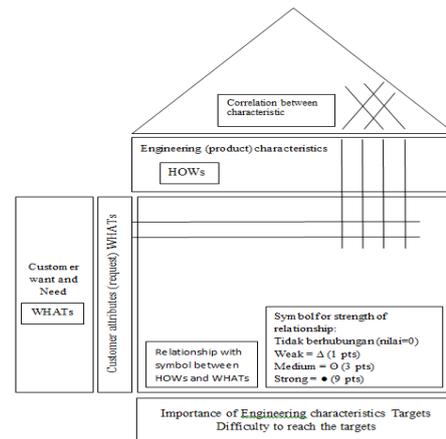
II. LANDASAN TEORI

Menurut Wijaya (2018) (dalam Isawega, N, 2019) kualitas produk adalah gabungan karateristik barang dan jasa baik menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang membuat barang maupun jasa yang dapat memenuhi harapan konsumen. Menurut (Assauri, 2016) kualitas adalah memfokuskan pada ciri-ciri yang diutamakan secara keseluruhan dari suatu produk yang memikul atau menunjang kemajuan untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas adalah kemampuan sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan a availability, delivery, reliability, maintainability, dan, cost effectiveness (Azizah, Lestari, & Purba, 2018).

Menurut Montgomery, DC (dalam Irwan & Haryono,

2015) pengendalian kualitas adalah proses yang digunakan untuk menjamin tingkat kualitas dalam produk atau jasa. Menurut Haris Maulana (2018) Metode QFD merupakan sebuah metode yang digunakan untuk melakukan perbaikan kualitas dan pengembangan suatu produk berdasarkan kebutuhan konsumen ke dalam karakteristik desain teknis yang kuantitatif.

QFD bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan kebutuhan pengguna yang dalam analisisnya menggunakan bagan yang disebut Rumah Kualitas House of Quality /HoQ (Bakri , Mansur, & Bunga, 2020). Fokus utama s HoQ yaitu kebutuhan konsumen sehingga proses desain dan pengembangan dapat sesuai dengan keinginan pelanggan (Piri et al., 2017) (dalam Rembulan, Wijaya, Ruslie, Jordy, Saputra, & Sunadynatha, 2021)



Gambar 2. House of Quality

Sumber: (Maritan, 2015)

Menurut A. A. Bolar, S. Tesfamariam, & R. Sadiq (dalam Azizah, Lestari, & Purba, 2018) tahapan dalam metode QFD adalah sebagai berikut:

1. Membuat diagram WHAT. Pada tahap ini keinginan konsumen merupakan masukan utama dalam HOQ yang menunjukkan daftar prioritas pelayanan yang pelanggan inginkan.
2. Analisa produk dan pesaing untuk mengetahui keunggulan dan kekurangannya. Skala yang digunakan yaitu skala customer need 1-5. Dimana skala 5 yaitu pencapaian tertinggi dari kompetitor
3. Menghitung improvement factor dan overall weighting. Improvement factor dapat dihitung dengan mengurangi nilai kinerja pelayanan perusahaan yang sudah ada dari skor kinerja yang direncanakan yaitu jumlah poin perbaikan. Perbedaan ini dikalikan dengan kenaikan
4. Membuat Technical Requirement HOW, yaitu upaya teknik pelayanan yang berfungsi untuk memenuhi customer need WHAT.
5. Menilai hubungan antara upaya pelayanan dan prioritas pelayanan di setiap masing-masing aspek. Hubungan terdiri dari lemah, medium, dan tinggi. Ketiga hubungan itu mempunyai simbol

masing-masing. Fase ini bisa disebut Relationship Matrix.

6. Memperhitungkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap prioritas pelayanan, upaya teknik pelayanan, kompetitor dan korelasi tiga faktor tersebut. Absolute Weight and Ranking of HOW berisi hasil prioritas pelayanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Ini merupakan dampak dari masing-masing atribut HOW di WHAT dan merupakan akhir sebelum menentukan peringkat bobot untuk pengambilan keputusan.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

A. Nilai Rata-Rata Dari Prioritas Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Berdasarkan Kuesioner

Berikut adalah table 1. yang menunjukkan nilai rata-rata dari prioritas konsumen terhadap pelayanan yang ditawarkan oleh New Kartika. Nilai rata-rata didapatkan dengan menggunakan Rumus:

$$WAP = \frac{\sum(\text{Jumlah responden pada skala ke } - i)}{\text{Jumlah Responden}}$$

TABEL 1. PRIORITAS KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN NEW KARTIKA

No	Kebutuhan Konsumen	Nilai rata-rata
1	Kebersihan pencucian eksterior (Bodi Mobil)	4,600
2	Tanggung jawab perusahaan jika mobil lecet selama dicuci	4,583
3	Kenyamanan ruang tunggu	4,567
4	Kebersihan interior mobil	4,550
5	Ketersediaan toilet	4,433
6	Klaim (jika mobil tidak bersih)	4,367
7	Ketersediaan mushola	4,267
8	Lokasi	4,217
9	Informasi (daftar harga, poster)	4,200
10	Antrian cuci yang teratur	4,167
11	Penerapan teknologi (Snow Wash)	4,150
12	Pendaftaran yang mudah	4,083
13	Kesesuaian harga	4,067
14	Kecepatan waktu pengerjaan	3,967
15	Database pelanggan	3,767
16	Ketersediaan wifi	3,633
17	Kupon gratis cuci	3,417
18	Ketersediaan kantin	3,233
19	Menghubungi pelanggan yang sedang ulang tahun untuk memberikan cucian gratis dan ucapan selamat	2,817

Sumber: Data diolah, 2021

B. Upaya-upaya Teknik Yang Dilakukan New Kartika Dalam Memenuhi Keinginan Konsumen

Proses produksi didapatkan dengan cara wawancara dengan pihak New Kartika. Berikut adalah upaya yang dilakukan New Kartika dalam memberikan pelayanan kepada konsumen seperti yang tercantum pada tabel 3.2 dibawah ini.

TABEL 2. UPAYA TEKNIK PELAYANAN PERUSAHAAN

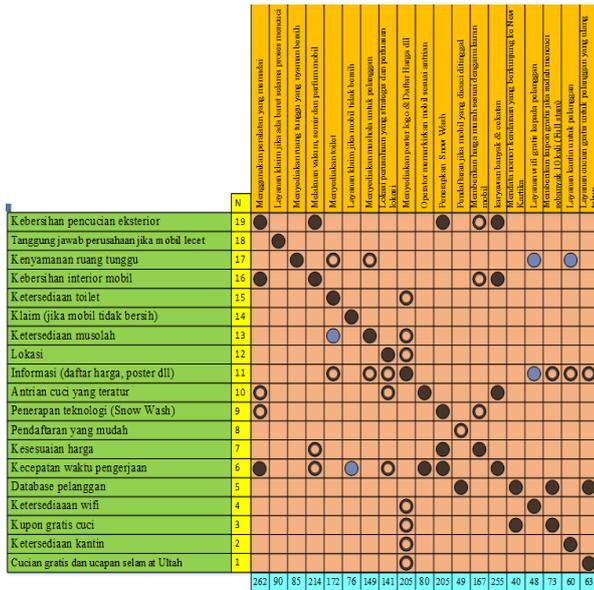
No	Respon Teknis
1	Perusahaan selalu mengendalikan kualitas cucian dengan menggunakan peralatan yang memadai serta operator yang cukup untuk membersihkan mobil
2	Perusahaan bertanggung jawab jika ada baret selama proses mencuci
3	Perusahaan menyediakan ruang tunggu yang nyaman bersih
4	Perusahaan melakukan vakum, semir dan parfum
5	Perusahaan menyediakan toilet
6	Perusahaan memberikan klaim jika mobil tidak bersih
7	Perusahaan menyediakan mushola untuk pelanggan
8	Lokasi perusahaan yang strategis di jalan besar dan perusahaan memperluas lokasi agar kegiatan operasional berjalan dengan lancar
9	Perusahaan membuat poster logo New Kartika dan harga cucian
10	Operator memarkirkan mobil yang datang sesuai antrian
11	Perusahaan menerapkan teknologi Snow Wash
12	Pendaftaran dilakukan jika mobil yang dicuci ditinggalkan
13	Perusahaan memberikan harga sesuai dengan ukuran mobil
14	Perusahaan memperkerjakan banyak karyawan sehingga mempersingkat waktu pencucian
15	Perusahaan mencatat nomor kendaraan yang berkunjung ke New Kartika
16	Perusahaan memberikan wifi gratis kepada pelanggan
17	Perusahaan memberikan kupon gratis jika sudah mencuci sebanyak 10 kali (Full stam)
18	Perusahaan menyediakan kantin untuk pelanggan (selama pandemi kantin ditutup untuk sementara waktu)
19	Perusahaan memberikan cucian gratis kepada pelanggan yang sedang ulang tahun

Sumber: Perusahaan, wawancara 2021

C. Hubungan antara Prioritas Keinginan Konsumen dengan Teknis Pelayanan yang dilakukan oleh New Kartika Untuk Memenuhi Keinginan Konsumen

Berikut ini adalah gambar 3. Yang menunjukkan hubungan prioritas pelayanan menurut konsumen dengan upaya pelayanan yang dilakukan New Kartika. Angka atau simbol yang digunakan dalam hubungan antara keduanya yaitu seperti sebagai berikut:

Keterangan Simbol	
●	5
○	3
●	1



Gambar 3. Hubungan antara Prioritas Pelayanan dengan Upaya Teknik Pelayanan

Sumber: Data diolah, 2021

D. Prioritas Berbagai Teknik Pelayanan Yang Seharusnya Dilakukan Oleh New Kartika Untuk Memenuhi Keinginan Konsumen

Adapun prioritas yang seharusnya dilakukan oleh New kartika untuk mengoptimalkan pelayanan sebagai yang tercantum pada tabel 3.

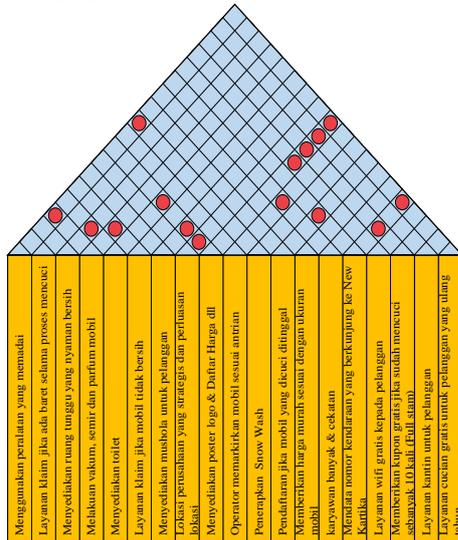
TABLE 3. PRIORITAS YANG SEHARUSNYA DILAKUKAN NEW KARTIKA UNTUK MEMENUHI KEINGINAN KONSUMEN

No	Prioritas yang harus dilakukan New Kartika	Score
1	Perusahaan selalu mengendalikan kualitas cucian dengan menggunakan peralatan yang memadai diperoleh hasil	262
2	Perusahaan memperkerjakan banyak karyawan sehingga mempersingkat waktu pencucian diperoleh hasil	255

No	Prioritas yang harus dilakukan New Kartika	Score
3	Perusahaan melakukan vakum semir dan parfum diperoleh hasil	214
4	Perusahaan menerapkan teknologi Snow Wash diperoleh hasil	205
5	Perusahaan membuat poster logo New Kartika dan harga cucian diperoleh hasil	205
6	Perusahaan menyediakan toilet diperoleh hasil	172
7	Perusahaan memberikan harga yang murah sesuai dengan ukuran mobil diperoleh hasil	167
8	Perusahaan menyediakan mushola untuk pelanggan diperoleh hasil	149
9	Lokasi perusahaan yang strategis di jalan besar dan perusahaan memperluas fasilitas lainnya diperoleh hasil	141
10	Perusahaan bertanggung jawab jika ada baret selama proses mencuci diperoleh hasil	90
11	Perusahaan menyediakan ruang tunggu yang nyaman bersih diperoleh hasil	85
12	Operator memarkirkan mobil yang datang sesuai antrian diperoleh hasil	80
13	Perusahaan memberikan klaim jika mobil tidak bersih	76
14	Perusahaan memberikan kupon gratis jika sudah mencuci sebanyak 10 kali atau full stamp diperoleh hasil	73
15	Perusahaan memberikan cucian gratis kepada pelanggan yang sedang ulang tahun, diperoleh hasil	63
16	Perusahaan menyediakan kantin untuk pelanggan, diperoleh hasil	60
17	Pendaftaran dilakukan jika mobil yang dicuci ditinggalkan diperoleh hasil	49
18	Perusahaan memberikan wifi gratis kepada pelanggan diperoleh hasil	48
19	Perusahaan mencatat nomor kendaraan yang berkunjung ke New Kartika, diperoleh hasil	40

E. Hubungan antara berbagai teknik pelayanan yang dilakukan oleh New Kartika untuk memenuhi keinginan konsumen

Matrik ini menunjukkan hubungan berbagai upaya teknik. Adapun yang diberikan tanda bulat merah merupakan adanya hubungan antara berbagai upaya teknik. mungkin hubungan m di antara karakteristik teknis yang. Berikut adalah gambar 4. dari hubungan antar upaya teknik yang dilakukan perusahaan dalam memenuhi kualitas pelayanan yang diprioritaskan konsumen:



Gambar 4. Hubungan antara Berbagai Upaya Teknik Pelayanan

Sumber: Data dioalah, 2021

F. Perbandingan Prioritas Kebutuhan antara New Kartika dengan Perusahaan Pesaing

Berikut adalah table 4 yang menginformasikan bahwa perbandingan prioritas kebutuhan antara konsumen, Perusahaan New kartika dan pesaing.

TABEL 4. PERBANDINGAN PRIORITAS KEBUTUHAN ANTARA KONSUMEN, PERUSAHAAN NEW KARTIKA DAN PESAING.

Hirarki Kebutuhan	New Kartika	De via si	Clean 8 Car Wash	De via si
Kebersihan pencucian eksterior	2	1	1	0
Tanggung jawab perusahaan jika mobil lecet	9	7	10	8
Kenyamanan ruang tunggu	11	8	3	0
Kebersihan interior mobil	3	1	2	2
Ketersediaan toilet	12	7	5	0
Klaim (jika mobil tidak bersih)	6	0	11	4

Hirarki Kebutuhan	New Kartika	De via si	Clean 8 Car Wash	De via si
Ketersediaan mushola	14	7	12	5
Lokasi	4	4	6	2
Informasi (daftar harga, poster dll)	7	2	19	10
Antrian cuci yang teratur	1	9	7	3
Penerapan teknologi (Snow Wash)	5	6	8	3
Pendaftaran yang mudah	16	4	17	5
Kesesuaian harga	15	2	13	0
Kecepatan waktu pengerjaan	8	6	9	5
Database pelanggan	17	2	16	1
Ketersediaan Wifi	10	6	14	2
Kupon gratis cuci	18	1	15	2
Ketersediaan kantin	13	5	4	14
Cucian gratis dan ucapan selamat Ulah	19	0	18	1
		78		67

Sumber: Data dioalah, 2021

Dari tabel di atas diketahui bahwa perusahaan nilai diviasi pesaing lebih rendah dibandingkan New kartika maka dalam hal ini pesaing lebih unggul dalam mendeskripsikan prioritas pelanggan

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas New Kartika memiliki keunggulan dan juga kelemahan terhadap pemenuhan kebutuhan konsumen. Adapun dibawah ini merupakan hasil dari penelitian tentang implementasi metode *Quality Function Deployment* untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa pada New Kartik, yaitu sebagai berikut:

Kualitas pelayanan jasa yang diinginkan konsumen sebagai prioritas yaitu: kebersihan pencucian eksterior, tanggung jawab perusahaan jika mobil lecet, kenyamanan ruang tunggu, kebersihan interior mobil, ketersediaan toilet, klaim jika mobil tidak bersih, ketersediaan mushola, lokasi, informasi (daftar harga, poster, dll), antrian cuci yang teratur, penerapan teknologi snow wash, pendaftaran yang mudah, kesesuaian harga, kecepatan waktu pengerjaan, database pelanggan, ketersediaan wifi, kupon gratis cuci, ketersediaan kantin, cucian gratis dan ucapan selamat ulah.

Upaya teknik pelayanan yang dilakukan oleh New Kartika yaitu: menggunakan peralatan yang memadai, layanan klaim jika ada baret selama proses mencuci, menyediakan ruang tunggu yang nyaman dan bersih, melakukan vakum, semir, dan parfum mobil, menyediakan

toilet, layanan klaim jika mobil tidak bersih, menyediakan mushola untuk pelanggan, lokasi perusahaan yang strategis dan perluasan lokasi, menyediakan poster, logo, daftar harga dll, operator memarkirkan mobil sesuai antrian, penerapan snow wash, pendaftaran jika mobil yang dicuci di tinggal, memberikan harga murah sesuai ukuran mobil, karyawan yang banyak dan cekatan, mendaftarkan nomor kendaraan yang berkunjung di New Kartika, layanan wifi gratis kepada pelanggan, memberikan kupon gratis cucian jika sudah mencuci sebanyak sepuluh kali atau full stamp, layanan kantin untuk pelanggan, layanan cuci gratis untuk pelanggan yang berulang tahun.

Hubungan antara prioritas keinginan konsumen dengan teknik pelayanan yang dilakukan oleh New Kartika untuk memenuhi keinginan yaitu: Menggunakan peralatan yang memadai, karyawan yang banyak dan cekatan, melakukan vakum, semir, dan parfum mobil, penerapan teknologi snow wash, menyediakan logo, poster, daftar harga, menyediakan, memberikan harga murah sesuai dengan ukuran mobil, menyediakan mushola untuk pelanggan, lokasi perusahaan yang strategis dan perluasan lokasi, layanan klaim jika ada baret selama proses mencuci, menyediakan ruang tunggu yang nyaman dan bersih, operator memarkirkan mobil sesuai dengan antrian, layanan klaim jika mobil tidak bersih, memberikan kupon gratis cuci bagi pelanggan yang sudah mencuci sebanyak sepuluh kali atau full stamp, layanan cucian gratis untuk pelanggan yang sedang berulang tahun, layanan kantin untuk pelanggan, pendaftaran mobil yang dicuci di tinggal, layanan wifi gratis, mendaftarkan nomor kendaraan yang berkunjung di New Kartika

Upaya prioritas antara berbagai teknik pelayanan oleh New Kartika yang harus diprioritaskan adalah menggunakan peralatan yang memadai, perusahaan memperkerjakan banyak karyawan sehingga mempersingkat waktu pencucian, perusahaan melakukan vakum semir dan parfum, perusahaan menerapkan teknologi Snow Wash, perusahaan membuat poster logo New Kartika dan harga cucian.

Hubungan antara berbagai teknik pelayanan yang dilakukan oleh New Kartika untuk memenuhi keinginan konsumen yaitu yang memiliki nilai interaksi yang lebih banyak adalah menyediakan logo, poster, daftar harga dan informasi lainnya.

Diketahui bahwa kualitas New Kartika memiliki daya kompetitif yang sama dengan pesaing hanya saja berdasarkan perbandingan prioritas konsumen dengan prioritas yang di tawarkan perusahaan didapatkan hasil bahwa perusahaan pesaing Clean 8 Car Wash sudah memahami kebutuhan konsumen lebih baik.

Berdasarkan kesimpulan yang sudah di ambil, maka penulis memberikan saran dalam rangka untuk meningkatkan kualitas jasa pada perusahaan jasa New Kartika antara lain sebagai berikut:

Sebaiknya pihak New Kartika tetap konsisten dalam menjaga kualitas cucian dengan menggunakan alat yang memadai dan sesuai standart serta selalu memberikan

arahan kepada karyawan agar selalu memberikan kualitas cucian terbaik kepada pelanggan.

Menjaga kualitas kebersihan interior baik itu pembersihan menggunakan vakum, memberikan parfum hal ini dapat menjaga citra New Kartika dimata pelanggan

Menjaga kebersihan fasilitas yang tersedia seperti toilet, ruang tunggu yang nyaman, dan tersedia mushola yang bersih, fasilitas ini sering digunakan oleh pelanggan.

Pembaharuan atribut dan alat yang digunakan guna untuk memberikan pelayanan terbaik diantaranya plang nama/papan nama perusahaan, dan daftar harga serta daftar informasi fasilitas yang tersedia di New Kartika sehingga pengunjung lebih mudah untuk menggunakan fasilitas yang tersedia

Faktor kerjasama tim baik operator, administrasi, dan pihak manajer harus ditingkatkan dan peran penting owner dalam mengontrol kegiatan operasional

Inovasi dan kreasi baru yang akan dibuat oleh New Kartika sebaiknya dapat menambah nilai kepuasan dari pelanggan dengan memberikan makanan atau minuman gratis untuk pelanggan atau makanan gratis di hari tertentu

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Isawega, N. (2019). Analisa Kualitas Produk Songkok Dengan Menggunakan Model Kano Dan Metode Quality Function Deployment.
- [2] Assauri, S. (2016). Manajemen Operasi Produksi Pencapaian Sasaran Organisasi Berkesinambungan (3 Ed.). Jakarta: Pt Raja Grafindo.
- [3] Azizah, I. N., Lestari, R., & Purba, H. H. (2018). Penerapan Metode Quality Function Deployment dalam Memenuhi Kepuasan Konsumen Pada Industri Komponen Otomotif. *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 19, No. 2, 127-136.
- [4] Irwan, & Haryono. (2015). Pengendalian Kualitas Statistik. Bandung: Alfabeta.
- [5] Haris Maulana, S. (2018). Pengembangan Produk Meja Sablon Semiotomatis Dengan Menggunakan Metode Qfd. *Jurnal Tecnoscienza* Vol.2 No.2, 20-41.
- [6] Bakri, M. D., Mansur, A. Z., & Bunga, S. (2020). Analisis Kinerja Bongkar Muat Di Pelabuhan Tengku Li Tarakan. *Jurnal Teknik Sipil*, 204-2015.
- [7] Rembulan, G. D., Wijaya, T., Ruslie, A., Jordy, Saputra, R. A., & Sunadynatha. (2021). Menentukan Prioritas Perbaikan Pengembangan. *Digismantech*, Vol.1, No.1, 46-59.
- [8] Maritan, D. (2015). *Practical Manual Of Quality Function Deployment*. Verona: Springer.
- [9] Pratista, Alvin Cakra. (2021). *Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Service Quality dan Diagram Kano untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Bank Jabar Banten Syariah Cabang Bandung*. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 10-15